

RGPD : 4 bonnes raisons de voir plus loin que le bout de ses données

Depuis le 25 mai 2018, difficile d'y échapper ! Le RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) est partout... ou presque ! Trop souvent abordé comme un « empêcheur de tourner les données en rond », le RGPD mérite pourtant plus d'un simple saupoudrage réglementaire dont le coût serait alors difficile à rentabiliser. Il est peut-être temps de dépasser les « a priori » pour engager une réflexion stratégique sur la gouvernance des données et créer de la valeur. Voici 4 bonnes raisons de voir plus loin que le bout de ses données...

➔ Bonne raison n°1 : Dynamiter les silos pour faire travailler main dans la main Métiers et IT

La mise en place d'une démarche RGPD est un outil particulièrement pertinent pour développer la culture data - et la gouvernance qui va avec - et engager le décloisonnement des équipes, moteur indispensable à la performance de l'entreprise. Car, soyons francs, pour mener à bien la démarche RGPD, le DPO ne suffit pas...

“ **Tous les Métiers doivent travailler dans une optique de gouvernance des données, avec, comme sponsor principal, la Direction Générale.** ”

La démarche RGPD permet tout d'abord de **mobiliser** (j'ai envie de dire enfin...) **de façon transverse des équipes autour du sujet de la data**. La relation entre IT et Métiers est souvent citée comme principal obstacle à une stratégie orientée data. Or, le RGPD fait voler en éclats les silos car sa mise en place impose de développer une **culture partagée de la data** entre l'IT et toutes les directions Métiers.

Second point important : le RGPD est une excellente opportunité de **responsabiliser tous les acteurs de la chaîne de valeur de la data** (même ceux qui n'y pensaient pas...). Parce qu'elle est au cœur de la performance de l'entreprise et partagée par tous, la data ne relève plus de la responsabilité seule des équipes IT mais bien de tous les acteurs de l'entreprise. La cartographie des données réalisée lors d'un audit RGPD en apporte généralement la preuve flagrante.

Dernier élément et non des moindres : le RGPD conduit à **repenser le référentiel de données en définissant les objectifs de la collecte et les modalités** pour en garantir la qualité. Et au passage, limiter le stockage de données inutiles ou illégales. C'est là que les vraies questions posées par le RGPD (quelles données collecter et pour quoi faire ?) se révèlent d'excellents outils pour améliorer la qualité et l'accessibilité aux données en toute sécurité et impliquer toutes les équipes dans une politique globale de gestion et de valorisation de la data.



➔ Bonne raison n°2 : Répondre aux exigences des nouveaux business models

Une mise en conformité cosmétique en matière de RGPD est le meilleur moyen de passer à côté d'un des enjeux majeurs de la transformation digitale : la révolution durable de la relation client.

Dans un monde numérique, les clients sont en recherche constante de personnalisation que seules les entreprises qui savent collecter, agréger et corréler les données les plus pertinentes pourront apporter. Cette approche est parfaitement maîtrisée par les acteurs du numérique, comme Waze, AirBnB ou ChauffeurPrivé par exemple. Leurs business models s'appuient sur la donnée pour en faire un levier de performance et « contaminent », peu à peu, les modèles dits « legacy ».

Expérience personnalisée, présence sur l'ensemble des canaux, aide au choix, affirmation d'une proposition de valeur différenciante... **Seule la qualité des données collectées et leur traitement analytique permettent de piloter la performance de la relation client** en identifiant les attentes au plus près du marché et (surtout) en dépassant la pure intuition commerciale.

Les clients ne s'y trompent pas et deviennent plus exigeants face au traitement de leurs données personnelles qui déterminera en partie leur loyauté à une marque. Les vols de données, tout comme le non-respect de la vie privée, ont des conséquences commerciales et financières importantes. Avec hélas, une perte de confiance de la part des clients dont certaines entreprises peinent à se remettre pendant des années.

➔ Bonne raison n°3 : faire évoluer son IT et clore le débat sur le Shadow IT

La démarche RGPD est l'occasion rêvée de remettre de l'ordre dans la gouvernance des données et dans les processus internes qui servent à les gérer, en particulier quand l'entreprise est en phase de transformation Cloud.

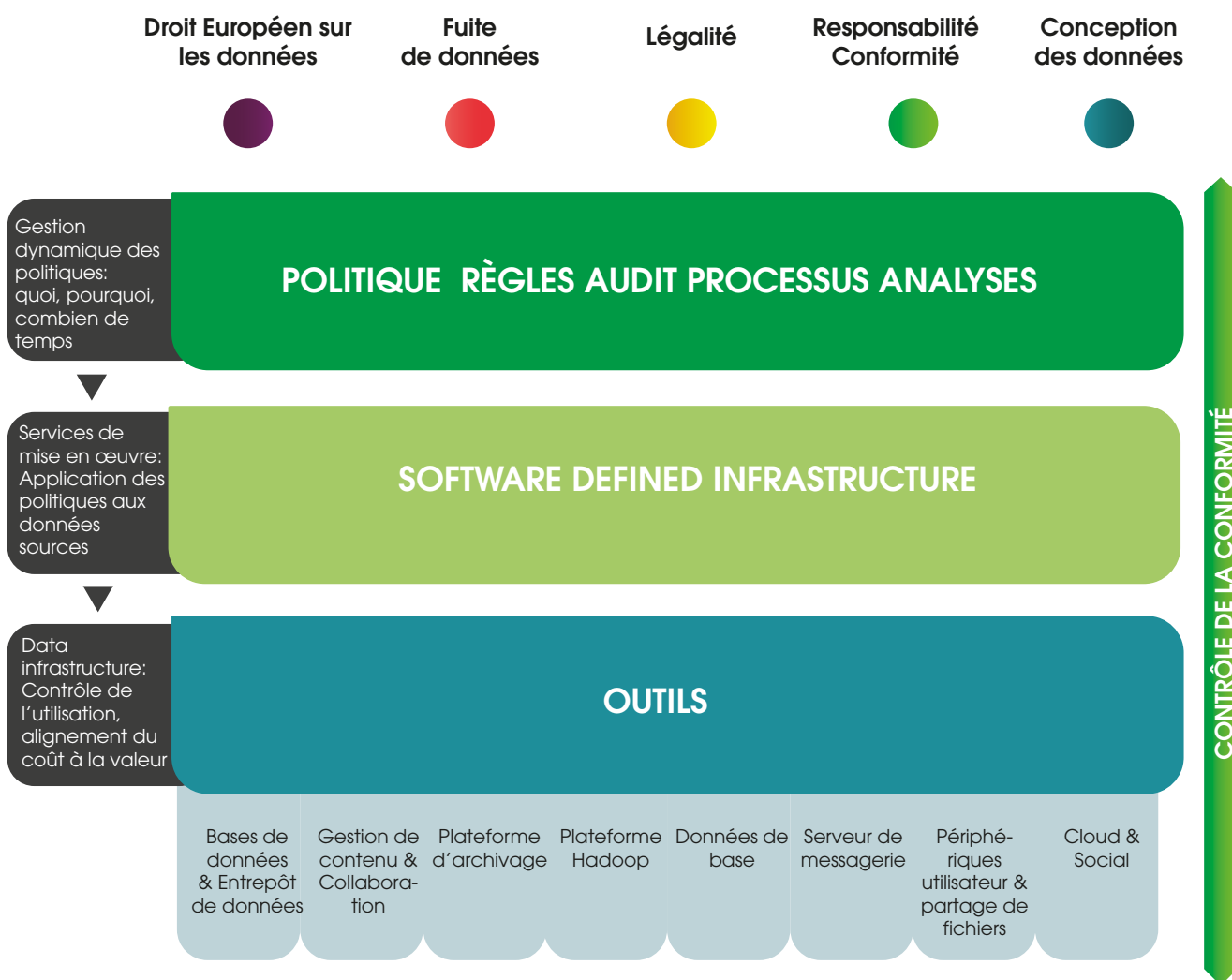
C'est aussi l'opportunité de **transformer de façon plus radicale les pratiques IT et la proposition de valeur de la DSI** afin de mettre à disposition des Métiers des solutions agiles et adaptées. Cette transformation met ainsi fin à l'éternel débat sur le Shadow IT (et les dysfonctionnements sous-jacents), en permettant à l'IT de développer une vraie communication avec les Métiers sur ce sujet.

Développer la confiance des clients, optimiser la gestion des données, être en conformité ou encore faire évoluer les pratiques IT ... Autant d'objectifs à atteindre qui nécessitent de se doter des bons outils IT et des bonnes méthodes pour gagner en visibilité, maîtriser les risques, supporter et sécuriser une démarche légale et performante en matière de gouvernance des données.

Il convient de remettre à plat les outils de gestion de la data, de calquer les solutions techniques sur les obligations du RGPD, en tenant compte du contexte et des contraintes de l'entreprise mais aussi les objectifs suivants :



Les solutions techniques pourront alors se caler sur les obligations clés du RGPD afin d’y répondre au plus près et mettre en place une approche pérenne.



➔ Bonne raison n°4 : Développer une relation de confiance pour entrer de plain-pied dans la culture digitale

La démarche RGPD est également une occasion unique de développer la transversalité, de prendre de bonnes habitudes, de faire évoluer les comportements, se poser les bonnes questions autour de la data bref... **de penser enfin « digital »** ! Le tout en développant la confiance avec l'ensemble des parties prenantes : collaborateurs, clients, fournisseurs, etc.

Parce que la data est l'essence même de la transformation numérique et la réponse aux exigences des nouveaux business models, **la gestion des données doit être intégrée en amont de tout projet**. Et ce, quelle que soit la division Métier concernée.

C'est pourquoi, **une communication pertinente et une démarche engageante auprès des collaborateurs sont essentielles** pour garantir, sur le long terme, la mise en place d'une gouvernance des données performante et créatrice de valeur pour l'entreprise.

La mise en conformité est le moment idéal pour repenser l'ensemble des processus Métiers exploitant de la data afin d'accompagner la transformation digitale de l'entreprise et de ses collaborateurs.



➔ Le RGPD, nouvelle arme de « transformation » massive ?

Avec les nouveaux usages et les nouvelles technologies numériques, toute donnée est susceptible de devenir une donnée personnelle. Les entreprises stockent toujours plus de data qu'elles peuvent de mieux en mieux analyser (analyse croisée, data visualisation, datawarehouse, etc.) grâce à des technologies toujours plus innovantes.

“ Il n'est plus possible de faire du « home staging » en matière de révolution numérique.

Il s'agit de penser autrement la data. Tout d'abord en remettant à plat son approche IT et Métiers de la data en faisant évoluer les règles de sécurisation des données et les infrastructures vers de nouvelles architectures et technologies, comme par exemple celles conçues par IBM.

Ensuite en développant une véritable culture digitale, qui va au-delà de la nomination d'un DPO ou d'une mise en conformité. Il est temps de gérer le changement et d'accompagner au quotidien les hommes et les femmes de l'entreprise pour leur permettre de mieux appréhender la nouvelle gouvernance de l'entreprise dans une ère digitale et prendre leur place dans ce nouveau monde.

Pourquoi réduire la démarche RGPD à une simple application de la loi alors qu'il est possible d'en faire un levier d'innovation, de performance et de transformation durable des processus et des pratiques IT et Métiers dans toute l'entreprise ? Pourquoi se priver d'une réelle opportunité de passer d'une conformité pilotée et instruite par la Communauté Européenne à une gouvernance construite par les entreprises et leurs collaborateurs ?

A vous de voir si vous souhaitez la saisir !

Cette tribune est une synthèse de la vision de professionnels issus des équipes ITS Group en partenariat avec IBM.

Nous avons développé ensemble des réponses Métiers et IT pour faire face aux ambitions des entreprises qui souhaitent tirer pleinement partie du RGPD.

[Téléchargez à ce sujet notre livre blanc « 5 bonnes raisons de ne pas considérer le RPGD comme une simple obligation réglementaire »](#)